

# 최악실적에 200점포 정리 ‘초강수’... “인력감축은 없다”

롯데쇼핑, 백화점·마트·슈퍼 등  
비효율 매장 ‘몸집 줄이기’ 나서

오프라인 부진에 코로나 19 악재  
시총 11.15% 감소 등 유통 타격  
효율화 작업 통해 체질개선 유도

롯데쇼핑이 백화점, 마트, 슈퍼, 룩스 등 롯데쇼핑의 오프라인 총 700여 개 점포 중 30% 수준인 200여 개 비효율 점포를 정리해 수익성 개선에 나선다.

쇼핑의 중심이 온라인으로 이동해 어려운 가운데 신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 사태까지 겹쳐 오프라인 유통이 최악의 상황에 직면했기 때문이다.

코로나19 여파는 그룹 전반으로 번지고 있다. 20일새 주요 계열사의 시가총액이 1조2600억원이나 증발했다. 유통과 쇼핑 등 대면접촉이 많은 업종 특성상 바이러스 리스크는 공포가 되고 있다.

국내 증시에 상장된 롯데그룹의 ▲지주▲쇼핑▲케미칼▲제과▲푸드▲하이마트▲칠성음료 등 7곳의 지난 11일 시가



롯데마트

/손진영 기자 son@

총액은 17조2000억원이다. 국내 첫 확진자가 발생한 지난달 20일(18조4600억원) 보다 6.83%(1조2600억원) 줄었다.

이 기간 가장 큰 타격은 롯데쇼핑이 입었다. 쇼핑의 시총은 3조8048억원에서 3조3805억원으로 4243억원(11.15%)이 줄었다. 롯데하이마트(-8.63%), 롯데푸드(-7.41%) 등 유통 계열

사들은 물론 ▲지주 7.28% ▲케미칼 5.19% ▲칠성음료 4.94% ▲제과 1.04% 모두가 타격을 입었다.

지난해 대대적으로 수장을 교체하고 실적회복에 시동을 걸자마자 악재가 겹친 셈이다.

롯데쇼핑은 올해 대대적인 오프라인 몸집줄이기에 나선다.

롯데쇼핑은 지난 2015년 29조1277억원이던 매출이 2016년 22조9760억원, 2017년 17조9261억원, 2018년 17조8208억원으로 꾸준히 감소해왔다. 이익 구조역시 당기순이익은 2017년 -206억원, 2018년 -4650억원으로 이미 적자구조로 돌아선 지 오래다.

2019년 연간 매출 17조 6328억원(-1.1%), 영업이익 4279억원(-28.3%)을 기록했으며, 4분기 매출은 4조 3248억원(-1.7%), 영업이익 436억원(-51.8%)으로 나타났다. 지난해 연간 당기순이익은 -8536억원으로 전년(-4650억원)대비 적자폭이 확대됐다. 4분기 당기순이익도 -1조 164억원으로 전년(-4492억원)대비 큰 폭으로 하락했다.

단, 백화점만 소비경기 부진에서도 2019년 연간 영업이익 22.3% 신장(5190억)했다.

슈퍼는 연간 매출 1조 8612억원, 영업이익 -1038억원의 실적 기록. 폐점 및 점포 리뉴얼로 인한 영업일수 감소 등으로 4분기 매출은 4377억원, 영업이익은 -428억원을 기록했다. 향후 직영 사업 적자를 축소, 프리미엄급 상품과 일반상품 밸런스를 개선할 방침이다.

롯데쇼핑은 마트의 경쟁력 회복이 어려울 것으로 판단, 실적이 부진한 점포는 과감히 정리할 방침이다.

신동빈 롯데그룹 회장은 지난달 16일 서울 잠실 롯데월드타워에서 열린 롯데그룹 VCM(옛 사장단회의)에서 최근 경영성과에 대한 뼈아픈 성찰을 요구하면서 경쟁력 없는 사업에 과감히 메스를 대지 않으면 생존할 수 없다고 강조한 바 있다.

이와 관련해 롯데쇼핑 측은 “점포는 정리에 들어가지만, 인력 구조조정은 없다”고 선을 그었다. 동시에 롯데쇼핑이 보유한 핵심역량(공간, MD, 데이터)을 활용, 강력한 의지로 적극적인 체질 개선 도모에 나선다.

롯데쇼핑 IR 관계자는 “19년은 전반적인 국내 소비경기 악화와 온-오프라인 시장간의 경쟁이 심화되며 어느 때보다 어려운 시기였지만, 백화점은 국내외 비효율 점포를 선제적인 구조조정으로 인해 영업이익은 22.3% 신장하는 등 비교적 선방했다”라며, “올해는 백화점, 마트, 슈퍼 등 점포의 수익성 기준으로 추가적인 효율화 작업을 진행할 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



## 급여 30% 반납... 항공업계 체질개선 ‘허리띠’

아시아나·LCC 모두 적자  
대한항공만 흑자유지 유일

제주항공, 위기경영체제 선언  
무급휴가 등 인건비 절감 노력

항공업계가 지난해 실적에서 ‘미안스’를 드러내며 결국 ‘체질개선’을 통한 수익성 개선에 나섰다.

지난해 3분기에 이어 4분기도 항공업계 전체가 어려움을 극복하지 못했다. 최근 들어 대형항공사부터 저비용항공사까지 연이어 지난해 4분기 실적을 공시하고 있다. 하지만 예상대로 성적이 좋지 않아 우려의 목소리가 나온다.

이어 구조조정 등을 통한 ‘체질 개선’으로 수익성 제고에 나섰다. 하지만 최근 코로나바이러스 사태까지 겹치며 근시일 내 반등하기는 어려울 것으로 전망된다.

13일 업계에 따르면 최근 국적 항공사 대부분이 잇따른 실적 발표에서 적자전환했다. 지난해 3월 미국 항공기 제조업체 보잉사의 737맥스가 운항중단

된 데 이어, 7월부터는 ‘보이콧 재팬’ 움직임까지 일며 큰 충격을 피하지 못했다.

특히 단거리인 일본 노선에 주력했던 LCC들은 동남아·중국 등으로 새로운 수요를 찾아 신규 취항했다. 하지만 장거리용 항공기가 미비해 공급이 해당 지역으로 몰리면서 경쟁이 심화됐다.

국내 두 FSC(대형항공사)는 희비가 엇갈린 모습이다.

아시아나항공은 지난해 영업이익과 당기순이익에서 적자 폭이 확대됐다. 아시아나항공의 연간 매출(별도 기준)은 5조9538억원, 영업이익 -3683억원, 당기순이익 -6727억원을 기록했다.

반면 대한항공은 국내 항공사가운데 유일하게 흑자를 유지했다.

대한항공은 지난해 연간 매출 12조 3000억원, 영업이익 2909억원을 기록했다. 하지만 이는 전년 대비 매출과 영업이익에서 각각 2.8%, 56.4% 감소한 수치다. 두 항공사는 결국 희망휴직을 신청받기에 이르렀다.

현재 이스타항공 인수를 진행 중인 국내 최대 LCC 제주항공도 9년만에 첫

적자를 냈다. 제주항공은 지난해 연간 매출 1조3840억원과 영업손실 329억원, 당기순손실 341억원을 기록했다. 2010년 이후 9년만에 연간 기준 영업이익이 첫 적자를 낸 것이다. 결국 제주항공은 지난 12일 위기경영체제를 선언했다. 경영진이 임금의 30% 이상을 반납하기로 했으며 기존 승무원을 대상으로 진행했던 무급휴가제도도 전직원 대상으로 전환됐다.

아울러 국적 저비용 항공사 대부분은 인건비 절감 등 ‘체질 개선’을 통한 수익성 제고에 나섰다.

앞서 제주항공을 포함해 티웨이항공·이스타항공·에어서울 등 LCC 4곳이 무급휴직에 들어갔다. 티웨이항공은 내달 전직원을 대상으로 한달 무급휴직을 신청받고 있다.

또한 이스타항공도 이달 15일부터 최대 3개월의 무급휴직을 상시 진행 중이며 에어서울도 이달 13일부터 18일까지 무급 휴직 신청을 받고 있다. 항공업계가 어려워지자 가장 먼저 구조조정을 통한 인건비 절감에 나선 모습이다.

/김수지 기자 sjkim2935@

## 이마트, 8500억 대규모 투자 “올 매출 21조 처음 넘어설 것”

매출 전년 비 10.3% 증가 전망  
투자 30%는 리뉴얼 등 내실에

이마트가 2020년 연결 기준 매출 21조를 넘어설 것으로 전망했다.

이마트는 13일 올해 연결 기준 순매출액을 전년보다 10.3% 높아진 21조 200억원으로 전망한다고 공시했다. 별도기준으로도 전년 대비 4.3% 증가한 15조 3100억원의 매출 계획을 수립했다. 이 중, 할인점은 지난해보다 2.0% 높아진 11조 2630억, 트레이더스는 14.2% 증가한 2조 6700억원의 매출 계획을 세웠다.

이를 위해 이마트는 올해도 8450억원의 대규모 투자를 이어갈 예정이다.

이 중 약 30% 규모인 2600억원을 들여 이마트 기존 점포 리뉴얼과 유지보수, 시스템 개선 등 내실에 투자할 계획이다.

핵심경쟁력인 그로서리 매장을 강화하고, 일렉트로마트 등 집객력 있는 전문점을 확대하는 등 ‘고객 관점에서의 이마트’로의 재탄생을 통해 본업 경쟁력을 강화하고 수익성 확보에도 주력한다는 방침이다.

이마트 연결 자회사들도 외형성장은 물론 수익 개선에도 박차를 가한다.

먼저, SSG닷컴은 거래액(GMV) 기준으로 올해 3조 6000억원을 달성, 전년보다 25% 성장하는 것을 목표로 수립했다.

SSG닷컴은 지난해 4분기 온라인 시장 전체 신장률인 18.4%를 훌쩍 넘어선 27.6% 달성, 올해 목표 달성에 대한 기대감을 더욱 높이고 있다.

올해 신규 출점 900개를 목표로 삼은



이마트

/손진영 기자

이마트24는 29%의 외형 성장은 물론, 점포수 5000개를 돌파하는 하반기에는 분기 BEP도 달성할 수 있을 것으로 기대된다.

이마트 관계자는 “업황 부진과 대내외 환경 변화 등 불리한 여건 속에서도 이마트가 올해 사상 처음으로 매출 20조원을 돌파할 것으로 예상된다”며 “이마트는 올해 고객과 시장 중심으로의 변화, 기존점 성장 매진, 손익/현금흐름 창출 개선 등을 통해 외형 성장과 수익 집중에 총력을 다할 것”이라고 말했다.

한편, 이날 이마트는 2019년 4분기 실적도 함께 공시했다.

이마트는 지난해 4분기 별도기준으로 총매출 3조 6044억원, 영업이익 253억원을 기록했으며, 연결기준으로는 순매출 4조 8332억원, 영업이익 100억 적자를 기록했다.

이마트는 전문점 재고 처분 비용, 국민용돈 100억 프로모션 관촉비 등 일회성 비용 500억원이 반영됐기 때문이라고 설명했다.

/신원선 기자